Des aides pour les consommateurs non-voyants et malvoyants

Vers une information produit plus accessible?

Pour les personnes souffrant d'une déficience visuelle, faire ses courses tient de la gageure. Il n'est pas étonnant, dès lors, que ces personnes applaudissent toute initiative qui facilite le shopping. *StoreCheck Magazine* a analysé plusieurs innovations qui cherchent à rendre l'information produit plus accessible.

Le 6 juillet, le Parlement Européen a approuvé de nouvelles règles en matière d'étiquetage de produits alimentaires (1). Selon la nouvelle réglementation, les étiquettes doivent contenir un tableau de valeurs nutritives fournissant des informations claires sur la quantité de calories, de graisses, de sucre et de sel. Il a même été question de devoir étiqueter les informations en braille mais cette disposition n'a finalement pas été retenue dans le règlement. Cela ne veut cependant pas dire que les membres du Parlement Européen ne se soucient pas de l'accessibilité de l'information produit pour les personnes souffrant d'une déficience visuelle. "Il y a bel et bien différentes choses qui bougent", nous explique Harry Geyskens, coordinateur général de la Confédération belge pour la Promotion des Aveugles et Malvoyants (CBPAM) et représentant de la Belgique au nom de CBPAM auprès de l'Union Européenne des Aveugles (UEA).

PRESSION EUROPÉENNE

Que ressort-il? Le 23 mars, cinq membres du Parlement Européen ont déposé une déclaration écrite sur un système d'étiquetage volontaire en braille sur l'emballage des produits industriels (2). "Mais pas moins de 447 membres du Parlement ont signé cette déclaration", déclare Harry Geyskens. "En adoptant cette déclaration, le Parlement Européen demande instamment à la Commission Européenne d'entamer une étude sur les coûts, l'efficacité et la faisabilité de l'introduction au niveau européen d'un système d'étiquetage volontaire en braille. Comme toutes les personnes malvoyantes ne peuvent pas lire le braille, il faut également rechercher lors de la consultation proposée des méthodes alternatives rendant l'information sur l'emballage plus accessible."

Harry Geyskens est satisfait de cette initiative européenne. "Vu les activités transfrontalières d'un nombre de plus en plus important de détaillants et fournisseurs, une approche européenne est vivement recommandée. Mais cela ne veut pas dire qu'entre-temps, les états membres, les distributeurs et les fournisseurs ne puissent entreprendre eux-mêmes une action pour rendre l'information produit plus accessible pour les consommateurs non-voyants et malvoyants. J'espère fermement que les entreprises belges prendront leur responsabilité."

PRODUITS AUCHAN ÉTIQUETÉS EN BRAILLE

Auchan n'a pas attendu la mise en application des règles européennes pour entrer en action. En 2000, le détaillant français a commandé une étude visant à améliorer le grip sur l'emballage de ses produits de parfumerie. Lors de la mise au point du système grip, l'idée d'un étiquetage braille s'est imposée aux spécialistes en packaging. En collaboration avec l'association 'Donne-moi tes yeux', des fournisseurs de produits et des fabricants d'emballages de produits Auchan, un travail de fond s'est alors mis en place sur l'opportunité et la faisabilité d'emballages étiquetés en braille. Après deux ans de travail, les premiers produits sont apparus fin 2001.

A ce jour, plus de 1.500 produits Auchan sont dotés de caractères braille. Ceux-ci fournissent uniquement des informations sur le type de produit, par exemple 'chocolat au lait'. Les caractères braille sont directement imprimés sur l'emballage ou sur un autocollant apposé sur l'emballage. Ces produits sont commercialisés dans les hypermarchés Auchan et les supermarchés Simply Market en France, en Espagne et au Portugal. Les clients non-voyants applaudissent l'initiative car cette intervention renforce leur autonomie. Il ne s'agit pas tant de l'autonomie en magasin (la plupart des personnes non-voyantes se faisant accompagner lors de leurs courses), mais plutôt de l'autonomie lors de la consommation des aliments. Avec l'information en braille, la personne non-voyante peut identifier ce que contient l'emballage et n'a plus besoin de recourir à des autocollants ou des bandes adhésives.



Auchan a commandé un marquage en braille sur plus de 1.500 produits maison.



En Suisse, à la fois Coop et Migros mettent leurs données à la disposition de Woodscan (ancien nom: Milestone).

AIDES EN CUISINE

Pour les personnes non-voyantes et malvoyantes qui ne maîtrisent pas l'écriture braille, il existe heureusement d'autres outils. "Parmi ceux-ci figure le Touch Memo, un système avec lequel les personnes non-voyantes et malvoyantes peuvent fabriquer elles-mêmes des étiquettes", explique Ivo Van Genechten d'Integra Belgium, une entreprise qui distribue des aides. "On enregistre l'information sur le produit proprement dit et imprime l'étiquette sur un autocollant que l'on appose ensuite sur le produit. L'information est alors lue quand





PocketShopper reconnaît plus de trois millions de produits qui sont vendus en Allemagne.

on passe le stylo sur l'étiquette."
Ivo Van Genechten est lui-même malvoyant et fait chaque jour l'expérience de ce que signifie travailler "à tâtons" en cuisine. "La plupart des personnes souffrant d'une déficience visuelle sont capables de bien se débrouiller avec un scanner ou un logiciel de reconnaissance vocale mais généralement, ceux-ci sont reliés à leur ordinateur. Ailleurs dans la maison et en déplacement, ils doivent s'en sortir sans ces outils. C'est là que le GSM peut intervenir comme support.
Un GSM qui aide à identifier des produits, voilà qui requiert un petit mot d'explication. "Sur mon GSM, en sus du logiciel de reconnaissance vocale, j'ai aussi installé TextScout de la société allemande Elumo. Lorsque j'active ce programme et que je maintiens le GSM au-dessus d'une surface imprimée, je peux en prendre une photo. L'image est transmise à un serveur pour reconnaissance et y est convertie en texte par le logiciel OCR. Un peu plus tard, je reçois sur mon GSM le texte que je peux agrandir sur l'écran de mon GSM ou faire lire par le programme de reconnaissance vocale. C'est un outil pratique pour par exemple pouvoir 'lire' le mode d'emploi et les conseils de cuisson sur une boîte de riz, des informations qu'il est difficile d'ajouter sur une étiquette fabriquée soi-même car il faudrait des heures pour étiqueter les produits et l'on aurait besoin de l'aide d'un voyant."



© Jon Super

Braille chez Sainsbury's

Chez Sainsbury's Woolton à Liverpool, des caractères braille sont apposés depuis la mi-septembre sur les séparations des rayons dans le département des produits alimentaires. Les indications en braille sont une initiative du gérant du magasin local qui a soumis son projet à la maison mère, lequel a été personnellement approuvé par le PDG Justin King. Pour l'élaboration de ce projet, Sainsbury's Woolton a collaboré avec le Royal National Institute of Blind People (RNIB) et des associations pour aveugles locales. On ne sait pas encore pour le moment si Sainsbury's déploiera l'application dans d'autres succursales.

UN SCANNER DE CODES-BARRES INTELLIGENT

Avec TextScout, une personne non-voyante ou malvoyante ne peut pas entreprendre grand-chose dans le supermarché, entre autres parce qu'il faut une base stable pour laisser reposer ses coudes au moment de prendre la photo et parce que la forme ou le matériau de certains emballages n'est pas toujours idéal pour la conversion en texte. De plus, l'échange des données avec le serveur ne fonctionne pas toujours parce qu'il n'y a pas de réseau GPRS.
C'est précisément la raison pour laquelle Ivo Van Genechten est particulièrement ravi qu'Elumo ait lancé PocketShopper l'an dernier sur le marché. PocketShopper est un petit scanner (environ 5 cm sur 3) doté d'un progiciel qui est directement installé sur la carte mémoire du GSM. Le scanner est raccordé au GSM par le biais de Bluetooth. Une fois que l'utilisateur a activé le logiciel, il passe le scanner sur l'emballage du produit à propos duquel il souhaite davantage d'informations. Dès que le scanner trouve le code-barres, un signal sonore retentit et l'information du code-barres est convertie en texte, en version vocale ou sur l'écran. "Le manuel donne des indications quant à l'endroit où se trouve généralement le code-barres. En outre, comme le scanner a une large portée, il n'est pas nécessaire de tenir



Casino teste une application qui permet au client d'afficher sur l'écran de son GSM l'information contenue dans une étiquette électronique présentée en rayon.

l'appareil à plat au-dessus du code-barres pour obtenir un résultat. C'est très important car celui qui ne voit rien ou presque rien ne sait bien entendu pas sur quoi il doit exactement diriger le scanner."

COLLABORATION AVEC LES DÉTAILLANTS

PocketShopper ne peut fournir d'informations que si le produit scanné est enregistré dans la base de données. La constitution de ces bases de données a été un des plus grands défis à relever lors de la conception de PocketShopper. "Elumo est établie en Allemagne. Nous avons donc d'abord démarré avec une base de données pour le marché allemand", explique Martin Lautzas d'Elumo. "Composer la base de données nous a coûté beaucoup d'argent et pris beaucoup de temps. Nous nous sommes adressés aux chaînes de supermarchés, aux organisations sectorielles et aux *data suppliers*. Certains détaillants ont





Avec TextScout, on peut prendre une photo d'une surface imprimée et la faire convertir en texte.

réagi de manière plutôt attentiste mais dès que l'application a été lancée, beaucoup de "sceptiques" ont changé d'attitude. Actuellement, PocketShopper 'reconnaît' plus de trois millions de produits qui sont vendus en Allemagne dont un million de denrées alimentaires, un million de livres et un million de CD. Les marques propres Aldi, Lidl, Netto, Penny, Plus, Norma, dm, Schlecker, Rossmann et Müller sont elles aussi incorporées dans la base de données." Tous les six à neuf mois, Elumo place une mise à jour de la base de données sur son site web pour que les utilisateurs de PocketShopper puissent la télécharger et l'installer sur leur GSM. "Lors de la prochaine mise à jour, la base de données allemande contiendra quelque cinq millions de produits", explique Martin Lautzas. "Nous recherchons actuellement des partenaires pour constituer des bases de données pour d'autres pays européens afin que les personnes souffrant d'une déficience visuelle dans ces pays puissent aussi utiliser PocketShopper. En tant que distributeur en Belgique, Integra se charge activement de convaincre les détaillants belges pour qu'ils collaborent à ce projet."

FONCTIONS ET PRIX UTILISATEUR

PocketShopper reproduit en premier lieu le nom et la marque, parfois aussi d'autres données telles que le poids ou des informations sur les allergènes, etc. A l'aide de la fonction enregistrement, l'utilisateur peut y ajouter des données supplémentaires qui lui sont utiles lorsqu'il fait ses courses ou la cuisine. Les informations quant au prix ne sont pas disponibles. Martin Lautzas: "Le prix diffère d'un magasin à l'autre et change très fréquemment. C'est la raison pour laquelle nous ne pouvons pas l'intégrer dans notre base de données."

Ivo Van Genechten souligne quelques autres fonctions utiles: "Lorsque le programme ne reconnaît pas le produit, l'utilisateur peut ajouter lui-même le produit à la base de données sur son GSM de sorte que PocketShopper reconnaisse le produit la prochaine fois. "Le logiciel est livré avec 100 autocollants dotés d'un code-barres. On scanne le code-barres, on enregistre verbalement l'information que l'on souhaite associer à ce code-barres et puis, on colle l'autocollant sur le produit. C'est extrêmement pratique, notamment pour étiqueter des denrées alimentaires stockées au frigo et au réfrigérateur."

Qu'en est-il du prix des applications mobiles? Martin Lautzas: "TextScout coûte environ 700 euros. En Belgique et en Allemagne, une intervention est prévue dans le coût d'achat du programme s'il fait partie de l'équipement de travail. Pour l'utilisation à des fins privées, il n'y a malheureusement pas de remboursement. PocketShopper coûte en Allemagne environ 2000 euros et est remboursé aussi à des fins privées par l'assurance maladie. Pour la Belgique, le prix n'est pas encore fixé."

MAGASIN TEST CASINO

A propos d'aides pour les clients de supermarchés, nous ne pouvons manquer de citer Woodscan de la société suisse Bones. Il s'agit d'un lecteur de code-barres semblable à PocketShopper, si ce n'est que le logiciel ne se trouve pas sur la carte mémoire du GSM mais sur un appareil facile à commander livré avec le scanner. L'appareil est disponible en Suisse depuis juillet 2010. Coop tout comme Migros mettent leurs données à disposition, permettant ainsi à la base de données suisse de couvrir environ 85 % des produits suisses.

Supermarchés accessibles

Il va de soi que l'information produit n'est pas la seule pierre d'achoppement pour les clients de supermarchés non-voyants et malvoyants. L'implantation, la signalisation, l'éclairage, le trajet, le design de l'emballage et l'information sur Internet déterminent eux aussi la mesure dans laquelle un magasin est accessible pour ces consommateurs. Nous reviendrons en détail là-dessus dans une édition ultérieure de *StoreCheck Magazine*.

Bones compte entre-temps aussi des bases de données en Allemagne, en Autriche et aux Etats-Unis.

Une dernière initiative qui mérite d'être saluée est celle du groupe français Casino. Le groupe a conclu un accord de partenariat unique avec l'Institut de la Vision, le centre de recherche du Centre Hospitalier National d'Ophtalmologie des Quinze-Vingts à Paris. En collaboration avec l'Institut de la Vision, Casino a répertorié de manière scientifiquement étayée les points noirs auxquels sont confrontés les clients malvoyants. Un magasin laboratoire s'est ouvert en mai 2011 dans l'Institut de la Vision où de nouveaux outils et adaptations par exemple des emballages, de l'éclairage et du site web sont jugés par un panel de personnes malvoyantes. Casino y teste notamment une application qui permet au client d'afficher sur l'écran de son GSM l'information contenue dans une étiquette électronique. Pour recueillir l'information, il suffit de glisser le GSM sur une puce électronique présentée en rayon. L'atout majeur de cette application est qu'elle informe également sur le prix. De plus, elle peut être associée à un profil personnel que l'utilisateur peut paramétrer au préalable. Exemple: s'il mentionne qu'il est allergique au gluten et qu'il scanne un produit contenant du gluten, il en sera avisé. Une chose est sûre: les nouvelles technologies offrent énormément de possibilités d'apporter aux clients souffrant d'une déficience visuelle un plus grand confort commercial et plaisir shopping. Qui prend l'initiative en Belgique et intègre ce défi dans sa stratégie CSR?

Frederika Hostens

(1) Position du Parlement Européen arrêtée en deuxième lecture le 6 juillet 2011 en vue de l'adoption du règlement (UE) n° .../2011 du Parlement Européen et du Conseil concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.
(2) Parlement Européen, déclaration écrite numéro 0014/2011, déposée le 23 mars 2011 et adoptée le 23 juin 2011.